

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
NASABAH MEMAKAI PRODUK DI BMT ARAFAH**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

DJAMALUDIN AL PABELANI

B 100 070 076

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MEMAKAI
PRODUK DI BMT ARAFAH**

Yang ditulis oleh:

DJAMALUDIN AL PABELANI
B 100 070 076

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Januari 2012

Pembimbing

(Lukman Hakim, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. H. Triyono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **DJAMALUDIN AL PABELANI**
NIRM : **07.6.106.02016.50076**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**
: **NASABAH MEMAKAI PRODUK DI BMT**
: **ARAFAH**
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... **JANUARI 2012**

Yang membuat pernyataan,

DJAMALUDIN AL PABELANI

MOTTO

*Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendak-nnya kamu berharap.
(Qs. Al Insyirah: 5-8)*

*Dan (ingatlah kisah) Zakaria, tatkala ia menyeru Tuhannya : "Ya Tuhanku janganlah Engkau membiarkan aku hidup seorang diri dan Engkaulah Waris Yang Paling Baik.
(Qs. Al Anbiya: 89)*

*"Barang siapa berjalan menuntut ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga"
(H.R. Mustim)*

PERSEMBAHAN

- ❖ ALLAH SWT untuk sumber kekuatan dan tujuan hidupku.
- ❖ Ayah dan Ibu tercinta terima kasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan dan doa yang tiada henti, motivasi, nasehat serta kritik yang membangun.
- ❖ Untuk adik2 Q Dini, Ijah dan Ali mudah-mudahan menjadi adik2 yg baik yang kelak akan sukses dunia dan akhirat, Special untuk nenek Q Hj. Sri Slamet yang selalu memberi semangat dan doa disetiap sholatnya dan memberikan semua apa yang aku mau, TERIMA KASIH NENEK.
- ❖ Sahabat-sahabatku
Riko, Nanang, Roby, Risky, Arif, Tegal, Ari, Yoga, Fitri, Tika, Indun, Yani, Niken, Ayu dan para penghuni kontrakan solohok dan kost2an qolbun salim, terima kasih untuk persahabatan yang indah dan tak akan pernah berakhir.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi motivasi nasabah memakai produk di BMT Arafah Cemani Grogol Sukoharjo. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran serta masukan-masukan untuk mengembangkan produk selanjutnya baik jasa maupun barang.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan responden yang menjadi subjek penelitian yaitu konsumen yang menabung di BMT Arafah Cemani Grogol. Sedangkan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan *convenience sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelayanan yang tepat (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,991 > 1,985$, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dalam menabung di BMT Arafah Cemani Grogol. Kehormatan bunga bank (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,755 > 1,985$, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dalam menabung di BMT Arafah Cemani Grogol. Lokasi yang strategis (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,536 > 1,985$, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dalam menabung di BMT Arafah Cemani Grogol. Promosi (X_4) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,735 > 1,985$, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap motivasi konsumen dalam menabung di BMT Arafah Cemani Grogol. Pelayanan yang tepat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap motivasi konsumen dalam menabung di BMT Arafah Cemani Grogol.

Kata kunci: Pelayanan, kehormatan bunga bank, lokasi yang strategis, promosi dan motivasi.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH MEMAKAI PRODUK DI BMT ARAFAH**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Triyono, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Lukman Hakim, SE., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Farid Wajdi, SE., MM., selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingannya kepada penulis, selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Ayah dan ibu tercinta, terima kasih untuk semua doa, kasih sayang, materi dan perhatian yang diberikan tanpa lelah dan ikhlas.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap semoga skripsi yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Januari 2012

Penulis

Djamaludin Al Pabelani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan Skripsi	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
A. Perilaku Konsumen	13
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	17
C. Marketing Syariah	21
D. Perilaku Konsumen Syariah	27
E. Bank Syariah	29
F. Penelitian Terdahulu	37

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	39
	A. Populasi dan Sampel	39
	B. Variabel Penelitian	39
	C. Metode Pengambilan Data	40
	D. Uji Instrumen	41
	E. Metode Analisa Data	42
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
	A. Profil BMT Arafah Cemani, Grogol, Sukoharjo	45
	B. Analisis Statistik Diskriptif	45
	C. Pengujian Instrumen Penelitian	44
	D. Analisis Data	52
	E. Pembahasan	66
BAB V	PENUTUP	74
	A. Kesimpulan	74
	B. Keterbatasan Penelitian	75
	C. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Distribusi Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4.2.	Distribusi Umur Responden	47
Tabel 4.3.	Distribusi Pendidikan Responden	47
Tabel 4.4.	Distribusi Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5.	Distribusi Lama Menabung di BMT Arafah	49
Tabel 4.6.	Distribusi Jenis Tabungan yang dipilih BMT Arafah	50
Tabel 4.7.	Distribusi Responden dalam Mengenal BMT Arafah	50
Tabel 4.8.	Distribusi Faktor Pendorong Menabung di BMT Arafah	51
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas Variabel Variabel Pelayanan yang Tepat ...	52
Tabel 4.10.	Hasil Uji Validitas Variabel Keharaman Bunga Bank	53
Tabel 4.11.	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi yang Strategis	53
Tabel 4.12.	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	54
Tabel 4.13.	Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen	54
Tabel 4.14.	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.15.	Hasil Pengujian Normalitas	56
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Multikolinearitas	57
Tabel 4.17.	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.18.	Hasil Pengujian Autokorelasi	60
Tabel 4.19.	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.20.	Hasil Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji t)	63
Tabel 4.21.	Hasil Pengujian F Statistik	65